COMMUNIQUÉ DE PRESSE

KFC

KENTUCKY FRIED CORNICHON

ENTRE CULTURE FOOD ET NAIL ART IL N'Y A QU'UN CONDIMENT (ET KFC).

LE CORNICHON L'OBSESSION CULTURELLE DE TOUTE UNE GÉNÉRATION

Passé du fond des placards au rang de phénomène Food mondial, **le cornichon ne laisse plus personne indifférent.** Tests de dégustation, recettes improbables, associations inattendues ou contenus viraux : quel que soit le continent, il s'est imposé comme l'un des condiments les plus commentés sur les réseaux sociaux.

Profondément clivant, le cornichon divise autant qu'il passionne. Et c'est précisément ce qui fait son succès. Entre fascination, humour et créativité, il nourrit les conversations et s'est transformé en véritable icône culturel.

Une dynamique dont KFC s'empare avec « **CLUB CORNICHON** », une nouvelle campagne qui célèbre sans complexe les plus fervents amateurs de ce condiment iconique.

AVEC KFC, LA FOOD CULTURE S'AFFICHE JUSQU'AU BOUT DES ONGLES !

Pour les nouvelles générations, les tendances ne se contentent plus d'être consommées : **elles s'affichent, se revendiquent et deviennent des marqueurs d'identité forts.** De la mode à la beauté, les phénomènes culturels les plus viraux s'incarnent désormais dans ce que l'on porte.

Après avoir conquis les réseaux sociaux, le cornichon franchit une nouvelle étape. **Avec le lancement exclusif du « Club Cornichongle », KFC transforme le condiment star du moment en véritable accessoire de style.**

Imaginées spécialement pour la campagne et réalisées à la main par des **Nail Artists Français,** ces trois modèles de capsules exclusives, détournent sans complexe et fantaisie les codes du Nail Art pour faire du cornichon une pièce à porter. Plus qu'une simple prime, **il s'agit d'une création en édition limitée pensée comme un objet d'expression ultra-trendy,** à mi-chemin entre tendance beauté et Food Culture.

Dans la continuité de la célèbre « Pickle Jacket » lancée au Royaume-Uni, **KFC poursuit ainsi son exploration des territoires où la culture sociale rencontre le lifestyle.**

CLUB CORNICHONGLE BY KFC

POV : TU AIMES TROP LES CORNICHONS

INÉDIT

DOUBLE CORNICHONS POUR MOI

POP-UP KFC UNE EXPÉRIENCE À CONTRE COURANT POUR PASSER DU FEED À LA VRAIE VIE !

Chez KFC, s'inspirer des tendances les plus virales pour nourrir ses campagnes n'est pas une stratégie, c'est un réflexe. Imaginé comme **une véritable expérience lifestyle, avec des créneaux ouverts à la réservation,** cet espace unique est une destination beauty hors normes qui permettra aux fans des cornichons de choisir entre deux expériences :

- **la pose des capsules exclusives « Cornichongle » (3 modèles en éditions limitées).**
- **une manucure inspirée de l'univers du cornichon réalisée sur place.**

Une zone sera également dédiée **à la découverte de la gamme « Club Cornichon » et un bar proposera d'incroyables mocktails au cornichon !**

Plus qu'un simple Nail bar, le Pop-Up KFC a été imaginé comme un véritable terrain de jeu, **un lieu de rencontre pour les amateurs de Food culture et de Food design, de tendances virales et de création de contenu.** Un espace WTF où le phénomène cornichon quitte le feed pour prendre vie dans le vrai quotidien des fans !

KFC FRANCE S'INSTALLE À MARSEILLE

CHEZ MAISON MÈRE À CÔTÉ ---- 9 RUE DU CHEVALIER ROZE

LES 29 & 30 JUILLET 2026

UN POP-UP ENTIÈREMENT DÉDIÉ AU CORNICHON

CLUB CORNICHON KFC :
AU RESTAU, C'EST BON AUSSI !

Parce qu'une obsession culturelle mérite aussi d'être vécue en restaurant, KFC place le cornichon au cœur de son offre avec le lancement de la gamme « **Club Cornichon** » disponible **du 29 juillet au 15 septembre.**

Déclinée autour de **trois recettes inédites** et d'un **supplément de cornichons pour réveiller le goût de tout ce que l'on veut,** cette gamme traduit l'engouement grandissant autour de cet ingrédient culte :

- **Cornichon Burger**, pour se faire une idée.
- **Cornichon Burger Double Filet**, quand on est déjà convaincu.
- **Cornichon i-TWIST**, pour la fraîcheur et le croquant.
- Un pot de **cornichons pour supplément** cornichon, pour les aventuriers des Food-Pairing les plus dingues, à ajouter dans un soda, mais pourquoi pas !

Avec le Club Cornichon, nous ne voulions pas simplement lancer une nouvelle gamme. Fidèle à notre ADN et à la tonalité de nos précédentes campagnes, nous avions pour ambition, d'être encore plus en résonance avec une génération qui s'approprie et détourne les codes, y compris dans la Food. Le cornichon est un ingrédient clivant et générateur de conversations, et c'est précisément ce qui nous a inspiré. L'idée était d'en faire un terrain d'expression, au-delà du produit, en créant une expérience qui puisse exister autant dans nos restaurants, dans la rue que sur les réseaux.

Margaux Wanin - Head of Brand - KFC

A propos KFC France

Filiale du Groupe Yum! Brands, KFC est présente en France depuis plus de 30 ans et compte plus de 400 restaurants répartis sur l'ensemble du territoire. Grâce à ses près de 16 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour. Spécialiste du poulet, KFC France propose à ses consommateurs une offre accessible fondée sur des produits de qualité. Ceux-ci sont issus de filières d'approvisionnement rigoureusement sélectionnées et cuisinés selon des recettes uniques et un savoir-faire inimitable. KFC France est une entreprise engagée dans une démarche d'amélioration continue en matière d'approvisionnement local, de nutrition, de bien-être animal et d'environnement.

KFC

Pour votre santé,
pratiquez une activité physique régulière
www.mangerbouger.fr